
Analyse pragmatique de l’anaphore dans le discours politique médiatisé : Discours de François Hollande et de Manuel Valls

Pragmatic analysis of anaphora in mediated political discourse (Speech by François Hollande and Manuel Valls)

Marwa AMMARI

Faculté des Lettres et des Sciences Humaines de Sfax- Tunisie

Laboratoire Langage et

Traitement Automatique (LLTA)

ammariarwa20@yahoo.fr

Reçu: 25/08/2023, Accepté: 29/08/2023, Publié: 20/10/ 2023

Résumé:

Dans les médias sociaux, les hommes politiques emploient, fréquemment, des figures de style pour persuader leurs auditeurs et donner plus de force à leurs énoncés. L’anaphore est le procédé le plus utilisé dans le discours politique médiatisé grâce à son influence remarquable sur le public.

Ainsi, cette dernière nécessitera une étude pragmatique afin de relever ses effets sur les récepteurs.

Nous analyserons, dans notre travail, les anaphores employées dans les discours politiques médiatisés de François Hollande et de Manuel Valls tout en les dégageant des médias sociaux et en mettant l’accent sur leurs aspects pragmatiques.

Mots Clés :

Anaphore - Discours Politique -- Pragmatique –Cohésion – Cohérence.

Abstract

In social media, politicians frequently use figures of speech to persuade their listeners and give more force to their statements. The anaphora is the most used process in the mediatised political discourse thanks to its remarkable influence on the public. Thus, the latter requires a pragmatic study in order to identify its effects on the receptors.

We will analyze, in our work, the anaphors used in the mediatised political discourse of François Hollande and Manuel Valls, releasing them from social media and emphasizing their pragmatic aspects.

Keywords:

Anaphora – Political Discourse -- Pragmatics – Cohesion – Coherence.

ملخص

في وسائل التواصل الاجتماعي، كثيرًا ما يستخدم السياسيون الصور التعبيرية لإقناع مستمعيهم وإضفاء المزيد من القوة على تصريحاتهم. في هذا الإطار يعتبر الجنس الأكثر استخدامًا في الخطاب السياسي بفضل تأثيره الملحوظ على الجمهور. وبالتالي فإن هذا الأخير يحتاج إلى دراسة عملية للتعرف على آثاره على المتقبلين.

سنقوم، في عملنا، بتحليل الجنس المستخدم في الخطاب السياسي الإعلامي لفرانسوا هولاند ومانويل فالس من خلال التأكيد على جوانبهم البراغماتية.

الكلمات المفتاحية:

الجناس – الخطاب السياسي – البراجماتي – التماسك – التماسك.

Pour citer cet article :

AMMARI, Marwa ,(2023), Analyse pragmatique de l’anaphore dans le discours politique médiatisé : Discours de François Hollande et de Manuel Valls, *Contextes Didactiques, Linguistiques et Culturels* [En ligne], 1(2), 327-335. Disponible sur le lien : <https://www.asjp.cerist.dz/en/PresentationRevue/928>

Pour citer le numéro :

MARTIN, Justine, SOLTANI, El-Mehdi et YAO, Jean-Marc Yao, (2023), Numéro -Spécial- Varia-, *Contextes Didactiques, Linguistiques et Culturels* [En ligne], 1(2), 580p. Disponible sur le lien : <https://www.asjp.cerist.dz/en/PresentationRevue/928>



Introduction

A travers les médias sociaux, les politiciens cherchent à convaincre leur public et faire passer leurs idéologies par l'emploi des figures de style qui embellissent leurs discours. L'anaphore est la figure de style la plus appréciée dans le discours politique médiatique grâce à ses effets sonores et pathétiques sur l'auditeur.

Cette rhétorique exige une analyse pragmatique afin de montrer ses effets sur le public. Ainsi, dans notre travail, nous étudierons les anaphores employées dans le discours politique médiatique en faisant une analyse pragmatique des énoncés des politiciens François Hollande et Manuel Valls.

Nous définirons, d'abord, les notions théoriques de notre recherche à savoir, l'anaphore, la cohésion, la cohérence, le discours politique médiatisé et l'acte de langage. Ensuite, nous analyserons deux discours politiques de François Hollande et de Manuel Valls, tirés de médias sociaux, en nous intéressant aux notions citées ci-dessus.

1. L'anaphore dans le discours politique médiatisé

Nous présenterons les notions théoriques de notre recherche.

1.1 L'anaphore

L'anaphore se manifeste traditionnellement comme étant une figure de style qui se caractérise par son aspect répétitif de même mot ou de même syntagme afin d'avoir une harmonie et donner plus de puissance au discours. Elle se présente « *comme toute reprise d'un élément antérieur dans un texte.* » (Riegel : 1994 : 610).

Il suffit de commencer certains énoncés ou phrases par un ou plusieurs mots identiques. Elle est l'une des figures les plus employées depuis l'antiquité qui scande l'énoncé, entraîne un effet musical et rend plus fort une affirmation, une négation, etc.

En effet, cette rhétorique insiste sur la redondance du même signifiant. Elle sert à marquer l'esprit et frapper fort sur une idée. L'outil le plus simple et le plus direct pour pénétrer à la saillance figurale, c'est de répéter.

Dans un discours, l'anaphore garantit la maîtrise de l'énoncé par l'émetteur et dirige l'auditeur qui n'a pas envie de revenir en arrière et lire de nouveau un texte ou écouter un énoncé d'où, le sens se forme graduellement. Elle joue un rôle important dans l'organisation globale du discours en renvoyant au contexte précédent (Riegel : 1994 : 380). En effet, « *On parle d'anaphore lorsqu'un élément (...) exige d'être interprété par emprunt à un terme du contexte proche, lorsqu'il y a dépendance nécessaire d'un anaphorique à un antécédent qui se comporte comme source.* » (Corblin 1995 : 177). Ces anaphores « *appartiennent à la catégorie des*

marques de référence. » (Favart :2005 : 5). La tâche de celles-ci est d'intervenir dans l'organisation des énoncés comme le réaliseraient les connecteurs temporels ou argumentatifs tels que : d'abord, puis, ...

En effet, les types d'anaphores sont divers, nous citons quelques-uns tels que l'anaphore nominale fidèle (une fille – cette fille) ou infidèle (un chat– l'animal). Nous trouvons aussi l'anaphore associative où il n'y a plus coréférence mais l'antécédent et l'anaphorique sont unis par une relation du type partie-tout. En ce qui concerne l'anaphore coréférentielle, l'antécédent et l'anaphorique reprennent le même référent et pour l'anaphore divergente ou « indirecte » ceux- ci ne renvoient pas aux mêmes référents.

En outre, nous trouvons l'anaphore conceptuelle où l'antécédent est formé d'un syntagme élargi ou d'une phrase et il est abrégé par l'anaphorique. Il y a aussi l'anaphore pronominale où le pronom reprend l'antécédent.

Cette répétition d'un mot ou de plusieurs mots joue un rôle important dans la cohésion et la cohérence du texte et de l'énoncé. (Maingueneau : 2016 : 235- 245).

1.2 La cohésion et la cohérence

« La cohérence du texte repose en partie sur la répétition. Divers éléments linguistiques y contribuent ; les groupes nominaux (...). La notion d'anaphore permet de décrire cet aspect de l'organisation du texte. » (Riegel : 1994 : 610).

Les chaînes anaphoriques établissent un lien entre les énoncés. Elles garantissent la cohésion du discours en produisant des effets de continuité et des acheminements référentiels et en facilitant son interprétation.

Nous remarquons ces effets dans le discours médiatique tel que le discours politique médiatisé.

1.3 Le discours politique médiatisé

1.3.1 Le discours politique

La politique c'est « *tout ce qui dans les sociétés organise et problématise la vie collective au nom de certains principes et de certaines valeurs qui en constituent la référence morale.* » (Charaudeau 2005 :33).

En fait, c'est la langue qui garantit le pouvoir, elle peut être employée pour posséder celui-ci comme l'affirme un futur ministre de l'intérieur de Louis XVIII en disant : « *Il est certain que c'est la langue qui fait la patrie.* » L'agencement de mots est souvent un essai d'exercer le pouvoir. Ainsi, le discours politique est un énoncé produit par un homme politique quand il est rendu public d'où, « *la communication politique, c'est d'abord la recherche d'un dialogue avec l'opinion publique, d'un échange permettant d'établir avec elle un contrat fondé sur la confiance.*» (Delporte : 2007 :10).

Quand nous disons discours politique, nous disons une situation d'énonciation où se trouve un locuteur (un politicien) et un ou des auditeur(s) dans un moment donné.

Ce discours n'a de sens que dans l'action par l'exercice de la domination fait par le locuteur (personnalité politique). Ce dernier tente d'influencer le public par sa réalisation langagière. Il tente de changer les attitudes des citoyens en visant leurs émotions à travers plusieurs moyens comme le média de masse. Ce dernier permet de diffuser les opinions et les idées des politiciens en ciblant le public.

1.3.2 Discours politique médiatisé

Les médias jouent un rôle important pour la transmission des idées des politiciens au public. Dans une société médiatisée, l'action politique est dépendante de la médiatisation de l'opinion (Charaudeau : 2005 :19). Les médias renforcent les idéologies des hommes politiques tels que les médias sociaux : un nouveau moyen de communication.

Ces politiciens veulent faire passer des idées par l'accomplissement des actes de langage.

1.4 Acte de langage et anaphore dans le discours politique

Dans un discours politique, le locuteur commande le jeu énonciatif. Agir sur l'autre, c'est changer son état physique ou moral et son comportement. Le sujet communicant essaie de dominer son auditeur, d'où le rapport de dominant- dominé. En parlant au public, le politicien réalise des actes de langage « *dire c'est faire, c'est agir, c'est accomplir un acte de langage.* » (John L. Austin). En effet, un seul acte se décompose en trois actes: un acte locutoire (le fait de prononcer l'énoncé), l'acte illocutoire (ce que le sujet parlant fait en prononçant l'énoncé) et l'acte perlocutoire (c'est l'effet produit par les deux actes précédents sur l'interlocuteur). Cet effet produit dans le dernier acte peut se réaliser à travers l'anaphore.

« La politique relève de l'action, et le langage est ce qui motive l'action, l'oriente et lui donne du sens. [...] L'action politique et le discours politique sont indissolublement liés, ce qui justifie du même coup l'étude du politique par son discours. » (Charaudeau :2005 : 31).

Après avoir présenté les notions théoriques de notre recherche, nous ferons une analyse pragmatique et analytique de deux énoncés anaphoriques tirés des discours politiques médiatisés de François Hollande et de Manuel Valls.

2. Analyse pragmatique de quelques énoncés anaphoriques dans les discours politiques médiatisés de François Hollande et Manuel Valls

2.1 Discours de François Hollande

François Hollande :

« **Ce que je veux qu'elle soit** : forte dans son économie, sinon il n'y a pas de diplomatie possible, pas d'influence internationale (...).

Ce que je veux qu'elle soit : exigeante dans l'affirmation de son destin républicain parce que nous devons vivre ensemble.

Ce que je veux qu'elle soit : pleine de vitalité sur le plan démographique, (...) avec une jeunesse qui ait toute sa place.

Ce que je veux que soit la France, c'est un pays toujours attaché aux libertés (...). »

(François Hollande, à Paris le 14 janvier 2014, conférence de presse sur la feuille de route du gouvernement)¹.

Dans une conférence de presse, le président de la république française, François Hollande a employé une anaphore verbale « *ce que je veux qu'elle soit* ». Elle est sa figure de style privilégiée, voire omniprésente dans ses discours telle que l'anaphore dans son discours célèbre « *Moi président de la république...* » lors de l'élection présidentielle française en 2012. Hollande a employé la même rhétorique de Sarkozy tout en cherchant la popularité de ce dernier. Il a touché ses auditeurs par la répétition du même syntagme afin de leur montrer qu'il est un chef d'Etat volontariste tout en passant son idéologie. Ce politicien a utilisé quatre fois le syntagme « ce que je veux qu'elle soit (la France) » à l'entête de chaque énoncé à travers lequel Hollande veut structurer son discours et marquer l'esprit de son public. Cette rhétorique de la répétition crée une harmonie entre l'orateur et son interlocuteur. En fait, l'anaphore « ce que je veux qu'elle soit (la France) » contribue à l'agencement emphatique et vibrant du discours et permet de développer une idée chez le public.

A travers la conférence de presse, Hollande s'adresse aux français en relevant, bel et bien, son désir, sa volonté et son souhait de voir la France solide dans son économie. Un pays qui donne les libertés à ses citoyens et qui s'occupe en priorité des jeunes.

L'anaphore de Hollande rythme le discours à travers la structure « *ce que je veux qu'elle soit* ». Elle participe à la cohérence des énoncés à travers le syntagme répété. Ce dernier sert aussi à sa cohésion en facilitant l'interprétation des propos du président et en donnant des effets de fluidité.

¹<http://bigbrowser.blog.lemonde.fr/2014/01/15/figure-de-style-les-8-anaphores-de-francois-hollande/>

Le président de la république envisage un avenir meilleur pour la France à travers son anaphore verbale qui se manifeste notamment, dans le verbe « vouloir ». Ainsi, Hollande assimile ses paroles à une action, c'est la réalisation d'un acte de langage qui instaure un lien entre celui-ci et ses auditeurs. En énonçant « *ce que je veux qu'elle soit...* », il a accompli un acte locutoire qui se manifeste par la prononciation des mots dans l'énoncé. Il a réalisé aussi un acte illocutoire, ce que Hollande a effectué en prononçant l'énoncé, par la répétition maintes fois du syntagme « *ce que je veux qu'elle soit...* » et en se présentant comme étant un président volontariste. Enfin, il a achevé un acte perlocutoire qui est l'effet créé par les deux actes précédents sur l'auditeur à savoir, s'il réagit positivement ou négativement aux paroles de François Hollande. En effet, l'anaphore a donné plus de dynamisme au discours, elle est la rhétorique la plus remarquable dans les énoncés de ce chef d'Etat. Elle marque l'esprit du destinataire par l'insistance et son style touchant qui palpe les oreilles à travers ses effets musicaux.

Hollande a pour objectif de renforcer son idéologie en formant une image positive de lui-même devant le public par l'emploi de la répétition. « *L'anaphore renvoie l'image d'un orateur sûr de lui, tout en donnant de la force à son discours.* » (Damon Mayaffre). Ce chef d'Etat veut se présenter comme étant un homme fort envisageant l'épanouissement à son pays.

Dans la même lignée, le premier ministre de la France, Manuel Valls, a utilisé aussi la même technique de la répétition de François Hollande en s'adressant à son public.

2.2 Discours de Manuel Valls

Manuel Valls :

« *J'assume les choix* qui sont faits !

J'assume, car c'est **le choix** de la cohérence ! Du courage !

J'assume, car c'est **le choix** de la croissance et de l'emploi !

J'assume, car c'est **le choix** des réformes et de l'avenir !

J'assume, car c'est **le choix** d'une fierté et d'un optimisme retrouvés !

J'assume, car c'est **le choix** de la confiance !

J'assume, car c'est **le choix** de la France ! Et ces choix, **assumons** de
les faire ensemble !»

(Manuel Valls, 29 avril 2014, Discours devant l'Assemblée nationale)²

Devant les députés du parlement, le premier ministre de la France, Manuel Valls a prononcé son fameux discours « *j'assume* » dans lequel il a

²https://www.huffingtonpost.fr/2014/04/29/jassume-manuel-valls-assemblee-nationale-video_n_5234836.html

employé l'anaphore. Il a marqué les esprits avec son discours anaphorique afin de convaincre ses auditeurs de son plan.

Cet orateur a employé sept fois le verbe « assumer » avec le pronom « je » et une seule fois à l'impératif avec le pronom « nous ». « *J'assume* » est répété au début de chaque énoncé et à travers lequel Valls veut instaurer un lien de sympathie avec son public. Son discours entre en résonance avec celui-ci en assemblant la voix de l'orateur et l'oreille du destinataire. Ainsi, l'anaphore « *j'assume* » participe à l'organisation sonore et mélodique du discours en fascinant le public.

Dans ce discours, le premier ministre cherche à convaincre les députés, tout d'abord, puis les français qui l'écoutent, de sa responsabilité envers sa patrie en mettant l'accent sur le syntagme nominal « le choix » qui est répété aussi plusieurs fois, d'où le parallélisme tout au long du discours. La structure « *j'assume* » contribue à la cohérence du discours à travers la répétition et sert à sa cohésion en réalisant des effets de continuité.

Manuel Valls insiste sur son plan d'économie à travers la redondance de la structure « *j'assume* ». Pour ce dernier, « dire c'est faire ». Ainsi, il a assimilé ses propos à une pratique, c'est l'accomplissement d'un acte de langage qui construit une relation entre lui et l'allocutaire. En disant « *j'assume* », le premier ministre a réalisé un acte locutoire qui est le fait de combiner les mots dans un énoncé en le prononçant. Il a accompli un acte illocutoire, ce que le sujet parlant a fait en prononçant l'énoncé, qui se manifeste dans le fait de répéter plusieurs fois le verbe « *j'assume* », ainsi le locuteur insiste sur ses responsabilités en tant que premier ministre de la France. Enfin, il a réalisé un acte perlocutoire qui est l'effet produit par les deux actes précédents sur l'interlocuteur, à savoir s'il accepte ou refuse les propos de Valls. En effet, plusieurs députés ont accepté ses propos à travers l'applaudissement à la fin de son discours. C'est grâce à l'anaphore et son influence sur les députés que ces derniers ont réagi positivement avec l'orateur. Ainsi, cette figure de style est trop pathétique au point qu'elle a touché l'auditeur à travers ses effets sonores. L'objectif de Manuel Valls est de paraître à la hauteur de sa fonction en tant que premier ministre de la France.

En effet, l'anaphore, la redondance de « *j'assume* », cristallise l'image positive et charismatique de cet homme politique devant son public et renforce l'image que ce dernier a de son ministre.

Conclusion

L'analyse pragmatique de l'anaphore dans le discours politique médiatisé nous a révélé l'importance de cette figure de style afin de faire passer les idéologies des politiciens à leurs destinataires. Cette rhétorique

permet de graver une idée dans l'esprit du public par ses effets. Ainsi, elle est le point fort de plusieurs hommes politiques pour convaincre leurs auditeurs tels que François Hollande et Manuel Valls.

En effet, l'anaphore reste souvent la rhétorique la plus appréciée dans le discours politique, celle-ci touche le récepteur et valorise l'image du politicien en réalisant des actes de langage.

Les autres figures de style ont aussi des effets remarquables sur le récepteur, celles-ci nécessiteront notamment, une étude pragmatique.

Bibliographie

Amossy, Ruth, 2012, *Faut – il intégrer l'argumentation dans l'analyse du discours ? Problématiques et enjeux*, Argumentation et analyse du discours 9 [en ligne : <http://aad.revues.org/1346>].

Charaudeau, Patrick, 2005, *Les masques du pouvoir*, Paris, Vuibert.

Charaudeau, Patrick et, Maingueneau Dominique, Février 2002, *Dictionnaire d'analyse du discours*, Editions Le Seuil, Paris.

Chanay, Hugues. Kerbrat- Orecchioni, Catherine, *100 minutes pour convaincre : l'éthos en action de Nicolas Sarkozy*, in M. Broth et al. *100 minutes pour convaincre : l'éthos en action de Nicolas Sarkozy*, Jun 2006, Stockholm, Suède. Acta Universitatis Stokholmiensis, pp.309-329, 2007.

Corblin, Francis, 1995, *Les formes de reprise dans le discours, Anaphores et chaînes de référence*, Presses Universitaires de Rennes.

Delporte, Christian, 2007, *La France dans les yeux. Une histoire de la communication politique de 1930 à nos jours*, Paris, Flammarion.

Favart, Monik, 2005, *Les marques de cohésion : leur rôle fonctionnel dans l'acquisition de la production écrite de texte*, Psychologie Française, 50-3, 305-322.

Maingueneau, Dominique, 2016, *Analyser les textes de communication*, Armand Colin, 2016.

Riegel, Martin. Pellat, Jean-Christophe. Rioul, René, 1994, *Grammaire méthodique du français*, Presses Universitaires de France.

<http://bigbrowser.blog.lemonde.fr/2014/01/15/figure-de-style-les-8-anaphores-de-francois-hollande/>

https://www.huffingtonpost.fr/2014/04/29/jassume-manuel-valls-assemblee-nationale-video_n_5234836.html